

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Karya sebelumnya ini menjadi salah satu bahan referensi untuk penulisan penulis. Studi sebelumnya memungkinkan penulis untuk mempelajari studi yang telah mereka lakukan. Penulis merujuk pada beberapa studi sebagai referensi dan menjelaskan relevansi studi saat ini dan sebelumnya. Berikut ini adalah studi sebelumnya dari jurnal dan makalah, termasuk yang dilakukan oleh penulis.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
1.	Menerapkan program Corporate Social Responsibility (CSR) untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat Riau	Pelaksanaan Program CSR PT. CPI telah dijalankan dengan baik terbukti pelaksanaan tersebut dengan telah diaplikasikan dalam bentuk Investasi sosial yaitu: bidang kesehatan bidang pendidikan dan pelatihan kejuruan, bidang ekonomi kerakyatan dan bidang LBD, dan progam lingkungan. Sedangkan program sedangkan progam Investasi sosial juga dilakukan dalam memberikan bantuan dalam	Relevansi antara Studi sebelumnya dengan hasil penelitian saat ini adalah sama untuk kedua studi menjelaskan mengenai program CSR perusahaan. Dan penelitian lebih mengarah ke bidang pendidikan, penelitian kedua

		<p>bentuk bantuan spontan, seremonial dan kondisional yang diberikan oleh perusahaan terhadap kegiatan kemasyarakatan bertujuan untuk membangun hubungan sosial yang harmonis dengan warga sebagai perwujudan dari hubungan kemasyarakatan.</p>	<p>lebih berfokus kepada pemberdayaan melalui UMKM.</p>
2.	<p>Pengaruh faktor tanggung jawab sosial perusahaan (aspek sosial, ekonomi dan ekologi) pada citra perusahaan</p>	<p>Berdasarkan hasil analisis, aspek sosial adalah Efek positif yang besar pada citra perusahaan di PT. Pertamina (Percello) Minyak Bahan Bakar Terminal (TBBM). Semakin tinggi rasio aspek, Sosial dalam program CSR dari PT. Terminal Pertamina (Percello)</p> <p>Made Aryawan, dampak faktor tanggung jawab sosial perusahaan ...</p> <p>Bahan bakar minyak (TBBM) meningkatkan citra perusahaan.</p> <p>Aspek ekonomi memiliki efek positif besar pada citra</p>	<p>Relevansi antara studi sebelumnya dengan studi saat ini adalah dua studi yang sama menjelaskan mengenai program CSR perusahaan. Selanjutnya penelitian terdahulu membahas mengenai aspek lingkungan sedangkan penelitian saat ini membahas</p>

	<p>perusahaan</p> <p>PT. Terminal Bahan Bakar Minyak Pertamina (Percello). Masalahnya adalah</p> <p>Semakin tinggi aspek ekonomi dari program CSR,</p> <p>PT. Pertamina (Persero) Terminal Fuel Oil (TBBM)</p> <p>Ini mengarah pada peningkatan citra perusahaan. Aspek lingkungan sangat berpengaruh</p> <p>Efek positif yang hebat pada citra perusahaan di PT. Pertamina (Percello)</p> <p>Terminal minyak pemanas (TBBM). Ini berarti semakin tinggi</p> <p>Tingkat lingkungan dari program CSR PT. Pertamina</p> <p>(Percello) yang disebabkan oleh Terminal Bahan Bakar Minyak (TBBM)</p> <p>Tingkatkan citra perusahaan.</p>	<p>mengenai pemberdayaan masyarakat dan dari penelitian keduanya sama-sama untuk meningkatkan kualitas masyarakat.</p>
--	---	--

3.	(Implementasi program CSR untuk memperkuat masyarakat di bidang pengembangan regional perusahaan distribusi dan Pusat Manajemen Beban Pusat (P3BS) di Desa Tanjung Lula, Kabupaten Salimphun, Kabupaten Tanadata, Sumatera Barat)	Berdasarkan hasil dan diskusi survei ini, kesimpulan berikut ditarik: Implementasi program Kubali Kopi yang diselenggarakan oleh PT PLN (Persero) P3BS melalui tim CSR / PR melibatkan lima fase penting. Pertama, kumpulan fakta dengan menerapkan sistem penyesuaian P3BS pusat untuk UPT yang didistribusikan di seluruh Sumatera untuk mencari program CSR yang potensial. Selanjutnya, masalah yang diisi dengan kegiatan pengamatan dirumuskan untuk mengkonfirmasi lokasi dan kondisi masyarakat yang dipilih secara akurat dan bijaksana oleh kegiatan hubungan masyarakat P3BS.	Relevansi antara penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini adalah dua penelitian yang sama menjelaskan mengenai program CSR perusahaan. Namun perbedaan dari kedua penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu berfokus pada kelompok usaha bayar listrik dengan kotoran, namun pada penelitian saat ini berfokus kepada masyarakat yang menerima program CSR dari Pt Pindad.

4.	Dampak Program CSR PT PLN APJ Yogyakarta Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus di Desa Gerbosari Samigaluh Kulon Progo)	Program CSR PT PLN APJ Yogyakarta dapat dikatakan mampu meningkatkan penghasilan masyarakat desa Gerbosari Samigaluh Kulon Progo sedangkan hasil analisis dengan metode deskriptif kuantitatif berupa pembagian kuesioner menyatakan adanya peningkatan penghasilan rata-rata sebelum mendapatkan bantuan program CSR sebesar 1jt menjadi berpenghasilan 2,3 jt. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa ada peningkatan kesejahteraan masyarakat yang mereka menerima dan mengelola bantuan Program CSR PT PLN APJ Yogyakarta.	Relevansi antara Studi sebelumnya dengan penelitian saat ini adalah dua studi yang sama menjelaskan mengenai program CSR perusahaan. Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan. Dan perbedaannya terletak pada program yang diterapkan perusahaan.
----	--	--	---

2.2 Implementasi

2.2.1 Konsep Implementasi

Kamus Webster Solichin Abdul Wahab (2004). Definisi implementasi disederhanakan, yaitu mengimplementasikan sarana untuk

menyediakan sarana untuk melakukan (menyediakan sarana untuk melakukan sesuatu) dan memiliki efek praktis (mempengaruhi / mempengaruhi sesuatu). Itu. Dari definisi ini, implementasi kebijakan dapat diartikan sebagai proses implementasi keputusan kebijakan (biasanya dalam bentuk undang-undang, peraturan pemerintah, keputusan pengadilan, keputusan presiden atau keputusan presiden).

Dalam penelitian kebijakan publik, implementasi tidak hanya terkait dengan mekanisme mengubah keputusan politik menjadi prosedur normal melalui saluran birokrasi, tetapi juga dengan pertanyaan tentang perselisihan, keputusan, dan siapa yang mendapatkan apa. Kebijakan itu dikatakan menemani. Oleh karena itu, tidak berlebihan untuk mengatakan Implementasi kebijakan ini merupakan aspek yang sangat penting dari keseluruhan proses kebijakan.

Kebijakan juga merujuk pada proses pembuatan kebijakan. Dan berpendapat bahwa proses analisis kebijakan pada dasarnya adalah serangkaian kegiatan intelektual yang dilakukan dalam proses yang pada dasarnya bersifat politis. Aktivitas politik digambarkan sebagai proses pembuatan kebijakan dan divisualisasikan sebagai serangkaian fase yang saling tergantung yang diatur oleh aturan waktu, penetapan agenda, pengembangan kebijakan, adopsi kebijakan, implementasi kebijakan, dan penilaian kebijakan (Wiliam, 2000).

Selain itu, Masmanian dan Sabatier Wahab menjelaskan bahwa implementasi kebijakan adalah untuk memahami apa yang sebenarnya terjadi setelah program menjadi efektif atau diformalkan. Fokus perhatian

adalah pada implementasi kebijakan yang merupakan peristiwa atau kegiatan yang terjadi setelah adopsi pedoman kebijakan nasional, yang mencakup upaya untuk mengelolanya dan upaya yang memiliki dampak / dampak nyata pada masyarakat atau peristiwa (Solihin, 2004).

2.2.2 Faktor Kebijakan Implementasi

Implementasi kebijakan adalah proses implementasi kebijakan atau sebenarnya menerapkan rencana. Implementasi pedoman ini tidak terbatas pada tindakan atau tindakan agen atau birokrasi alternatif yang bertanggung jawab untuk mengimplementasikan program dan menghasilkan kepatuhan. Kelompok sasaran, tetapi pada akhirnya mempengaruhi tindakan semua pihak yang terlibat Jaringan kekuatan politik sosial-ekonomi juga akan memiliki dampak yang diharapkan dan tidak terduga yang akan berlanjut.

Implementasi kebijakan sertifikasi guru adalah implementasi kebijakan pemerintah dalam dunia pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan standar hidup guru yang akan mengarah pada peningkatan keahlian guru dan kualitas pendidikan nasional. Penelitian implementasi kebijakan penting untuk kebijakan pemerintah dan publik. Implementasi kebijakan adalah tahap pengambilan keputusan kebijakan antara pembentukan kebijakan dan hasil kebijakan untuk orang-orang yang terkena dampak.

Jika kebijakan tidak akurat atau tidak dapat mengatasi masalah yang menjadi sasaran kebijakan, kebijakan tersebut dapat gagal bahkan jika kebijakan tersebut diterapkan dengan benar. Di sisi lain, kebijakan brilian

juga bisa gagal jika tidak diterapkan dengan benar oleh pelaksana kebijakan (Ryant, 2003).

Ada empat elemen atau variabel penting dalam implementasi kebijakan publik. Faktor-faktor atau variabel-variabel ini adalah komunikasi, sumber, tren atau perilaku, dan birokrasi.

Secara umum, Edwards menggambarkan tiga hal penting dalam proses komunikasi: transmisi, konsistensi, dan kejelasan. Sumber daya utama termasuk staf yang cukup dan keahlian yang baik untuk melaksanakan tugas, wewenang, dan fasilitas yang diperlukan untuk menerjemahkan proposal yang ditulis di atas kertas untuk melaksanakan layanan publik.

Tren pembuat kebijakan adalah faktor ketiga yang memiliki implikasi penting bagi implementasi kebijakan yang efektif. Jika pelaksana baik untuk kebijakan tertentu dan ini berarti ada dukungan, mereka cenderung menerapkan kebijakan seperti yang diinginkan oleh pembuat keputusan awal. Faktor keempat adalah struktur birokrasi. Birokrasi adalah salah satu langkah yang paling umum dan bahkan dilaksanakan. Birokrasi secara sadar atau tidak sadar memilih bentuk perundingan bersama untuk menyelesaikan masalah sosial dalam kehidupan modern (Budi, 2004).

2.3 CSR (*Corporate Social Responsibility*)

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah rasa tanggung jawab perusahaan untuk masyarakat dan lingkungan di mana perusahaan berada, termasuk kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan di daerah sekitarnya, melindungi lingkungan, dan memberikan beasiswa kepada

anak-anak yang kurang beruntung. Ada dana untuk pemeliharaan fasilitas publik di daerah tersebut, sumbangan untuk membangun fasilitas desa / komunitas sosial dan berguna bagi banyak masyarakat, terutama yang ada di sekitar perusahaan (Ismail , 2008: 9).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan para pemangku kepentingan. CSR dimulai di era di mana pengakuan akan keberlanjutan perusahaan jangka panjang lebih penting daripada sekadar keuntungan perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) ditentukan melalui berbagai tindakan Terbuka dan etis sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kebaikan bersama, dengan mempertimbangkan harapan pihak-pihak yang berkepentingan yang tunduk pada hukum. Ini adalah tanggung jawab perusahaan untuk dampak sosial dan lingkungan dari kegiatannya dan sesuai dengan kode etik internasional dan terintegrasi ke dalam semua bagian organisasi.

CSR meminimalkan dampak negatif pada semua pemangku kepentingan di sektor ekonomi, sosial dan lingkungan dan memaksimalkan dampak positif bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan Didefinisikan sebagai upaya nyata oleh entitas. Tanggung jawab sosial secara lebih sederhana diartikan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dimana dalam proses pengambilan keuntungan tersebut perusahaan seringkali menimbulkan kerusakan lingkungan dan dampak sosial lainnya.

CSR dirancang untuk mendorong komunitas bisnis untuk menjadi lebih etis dalam kegiatan mereka sehingga mereka tidak mempengaruhi atau mempengaruhi komunitas atau lingkungan. Bantu dunia bisnis bertahan dalam jangka panjang dan dapatkan manfaat ekonomi yang menjadi tujuan membangun dunia bisnis. Karena interpretasi CSR tergantung pada strategi dan tujuan perusahaan, definisi CSR sangat berbeda. CSR adalah tanggung jawab sosial yang harus diambil oleh perusahaan untuk menghormati kesejahteraan lingkungan, yang secara langsung atau tidak langsung dipengaruhi oleh kegiatan bisnis perusahaan. Kasus pra-industri dapat menjadi pelajaran bagi perusahaan lain untuk berurusan dengan orang yang menjadi lebih pintar dan lebih menguntungkan ketika mereka memilih produk dari perusahaan yang lebih sadar lingkungan dan terlibat dalam CSR.

CSR harus dilihat sebagai kebutuhan bisnis, bukan sebagai tekanan atau permintaan dari masyarakat. Program CSR, termasuk pengentasan kemiskinan, perlindungan lingkungan dan pembangunan ekonomi berkelanjutan, adalah bagian dari dorongan untuk pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Ketika perusahaan menyadari bahwa lingkungan bisnis semakin berubah, dimensi laba dari pengembangan bisnis yang berkelanjutan tidak cukup, sehingga bisnis memiliki dimensi bisnis yang berbeda, dimensi mendasar dari CSR. Perlu mengelola lingkungan dan masyarakat.

Menerapkan CSR dalam jangka panjang menumbuhkan kepercayaan publik dan meningkatkan kebutuhan akan kolaborasi

pemangku kepentingan untuk memitigasi risiko perusahaan dan meningkatkan reputasi perusahaan untuk mencapai manfaat ekonomi dan bisnis.

Berikut manfaat CSR bagi masyarakat:

1. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan kelestarian lingkungan.
2. Ada beasiswa untuk anak-anak yang kurang beruntung di wilayah ini.
3. Peningkatan pemeliharaan fasilitas publik.
4. Kehadiran pembangunan pedesaan / fasilitas komunitas yang secara sosial dan bermanfaat bagi banyak komunitas, terutama yang ada di sekitarnya.

2.4 Landasan Teori : Legitimasi

Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan sebuah Kesediaan masyarakat untuk menerima dan mengakui otoritas perusahaan, keputusan dan kebijakan menggunakan sumber daya alam dan manusia yang ada di masyarakat. Legitimasi dipandang penting bagi perusahaan, karena legitimasi masyarakat terhadap perusahaan adalah faktor strategis untuk pengembangan perusahaan di masa depan. Legitimasi bergeser sesuai dengan perubahan dan perkembangan di lingkungan dan di masyarakat di mana perusahaan berada. Dowling (1975) dalam Pujiningsih (2014:208). Perubahan nilai-nilai sosial dan norma-norma di masyarakat sebagai akibat dari evolusi peradaban manusia juga menjadi motif untuk perubahan

legitimasi perusahaan, sekaligus memberikan tekanan pada legitimasi perusahaan. Lindblom (1994) dalam Pujiningsih (2014:208)

Teori legitimasi mengatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat dimana mereka berada. Dasar dari teori pembenaran adalah kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat bahwa perusahaan mengoperasikan dan menggunakan sumber daya ekonomi (Ghozali dan Chariri, 2007: 45). Jika masyarakat dapat memperoleh apa yang dibutuhkannya, seperti hubungan timbal balik, perusahaan dapat memperoleh apa yang mereka butuhkan untuk kegiatan produksi. Tidak ada badan pemerintahan dalam hal ini, tetapi kontrak sosial tidak bisa dihindari. Teori dibutuhkan oleh institusi untuk mencapai tujuan mencocokkan komunitas yang lebih luas.

Menurut Gray et al. (1996) dari Ahmad dan Sulaiman (2004: 44), masyarakat mengakui bahwa pemikiran untuk teori ini dioperasikan untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat sendiri. Kasusnya adalah bahwa organisasi atau perusahaan terus bertahan. Teori legitimasi mendorong perusahaan untuk meyakinkan perusahaan bahwa kegiatan dan prestasi mereka diterima oleh masyarakat. Kontrak sosial tetap berlaku untuk periode yang konsisten dengan kekhawatiran perusahaan yang sedang berlangsung. Jika sebuah perusahaan ingin bertahan cukup lama, ia harus terus meningkatkan dan mengembangkan perubahan kebutuhan masyarakat. Jika perusahaan dapat melakukannya, kelangsungan hidup perusahaan dijamin.

Teori legitimasi sangat terkait erat dengan konsep kontrak sosial. Teori ini mengasumsikan bahwa keberadaan bisnis adalah hasil dari kontrak sosial di mana perusahaan siap untuk menampilkan berbagai tindakan sosial yang diharapkan oleh masyarakat dalam bentuk pengembalian seperti yang ditunjukkan atau dalam bentuk penghargaan lain, yang pada akhirnya mengarah ke kontrak sosial Kelangsungan hidup perusahaan terjamin Guthri dan Parker (1989) dalam Pujingsih (2014:208).

Legitimasi publik adalah faktor strategis bagi perusahaan untuk mengembangkan perusahaan mereka. Secara khusus, dapat digunakan sebagai sarana untuk membangun strategi perusahaan terkait dengan upaya untuk menempatkan diri di dunia yang semakin canggih dari diri mereka sendiri (Nor Hadi, 2011: 87). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai apa yang diinginkan atau diinginkan perusahaan komunitas. Karena itu, legalitas merupakan potensi manfaat atau sumber daya bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*) (O'Donovan, dalam Nor Hadi, 2011:87).

Menurut Gray et.al (1996) dalam Nor Hadi (2011: 88), legalitas adalah “perspektif sistem yang berorientasi organisasi dan masyarakat, organisasi, bangsa, individu, kelompok besar”. Definisi ini berarti bahwa legalitas adalah sistem manajemen perusahaan yang diarahkan pada partisanisme masyarakat (masyarakat), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Untuk alasan ini, sebagai sistem yang memprioritaskan keberpihakan sosial, manajemen perusahaan harus memenuhi harapan masyarakat setempat.

Achmad (2007) Lindblom (1994) menyatakan bahwa organisasi dapat menerapkan empat strategi legitimasi ketika dihadapkan dengan berbagai ancaman legitimasi. Oleh karena itu, untuk mengatasi kegagalan kinerja perusahaan (seperti kecelakaan serius atau skandal keuangan organisasi), hal tersebut mungkin perlu:

- 1) Cobalah untuk mengedukasi para pemangku kepentingan tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerja.
- 2) Cobalah untuk mengubah persepsi pemangku kepentingan tentang peristiwa tersebut (tetapi tidak mengubah kinerja organisasi yang sebenarnya).
- 3) Tarik perhatian ke masalah (fokus pada beberapa kegiatan aktif yang tidak terkait dengan kegagalan).
- 4) Cobalah untuk mengubah ekspektasi kinerja eksternal.

Teori legitimasi secara umum memberikan wawasan penting ke dalam praktik pengungkapan sosial perusahaan. Sebagian besar inisiatif pengungkapan sosial perusahaan dapat ditelusuri kembali ke satu atau lebih strategi legitimasi yang diajukan oleh Lindblom. Misalnya, tren pengungkapan sosial perusahaan umum menekankan perilaku organisasi yang positif versus yang negatif.

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan akan melakukan berbagai macam tindakan yang akan mendukung terhadap legitimasi perusahaan dimata publik. Organisasi yang efektif akan mengubah strateginya dalam mengelola komunitas dan prioritas organisasi. Dalam mengelola legitimasi perusahaan lebih banyak mengelola mengenai persepsi sosial. Perusahaan

dalam mengelola legitimasi memerlukan berbagai macam pendekatan untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Meyer (1977) dalam Pujiningsih (2014:208) mengemukakan bahwa mengelola legitimasi organisasi adalah dengan cara menyatukan antara elemen sosial secara rasional ke dalam struktur formal untuk memaksimalkan sumber yang dimiliki dan keberlangsungan usaha perusahaan. Organisasi yang memiliki kerjasama yang baik dengan lingkungan dan berhasil dalam kerjasama tersebut akan mendapatkan keuntungan legitimasi dan sumber-sumber yang dibutuhkan untuk tetap hidupnya perusahaan.

Implementasi yang dilakukan oleh PG Kebonagung jika dikaitkan dengan teori Legitimasi ini sangat cocok. Karena program CSR PG Kebonagung di terapkan memberikan peluang untuk hidup lebih sejahtera dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Dengan memberikan implementasi CSR ke dalam masyarakat menjadi ada sesuatu yang ingin dicapai sehingga mereka menerima apa yang diberikan oleh PG Kebonagung, dan masyarakat akhirnya mau menerima atas berdirinya perusahaan di sekitar wilayah masyarakat tersebut. Namun masyarakat hanya dipandang oleh perusahaan sebagai *charity*.